

洛阳“国际文化旅游名城”
战略策划独家访谈 ②

变“通风口”为“聚宝盆”

——访王志纲工作室战略策划总监王振宇

(上接 A06 版)

洛阳旅游之出路 变“通风口”为“聚宝盆”

记者：您认为洛阳旅游的出路在哪里？

王振宇：坦率地讲，洛阳旅游尚停留在“观光游、一日游”阶段，是“通风口”，而不是“聚宝盆”。从2010年“八大古都”旅游数据，我们能明显看出，洛阳的游客人数位居前列，但旅游收入位居中端，人均消费和游客滞留天数均显落后，说明洛阳的旅游还处于初级观光阶段，亟需从“通风口”变为“聚宝盆”。唯有如此，方能使洛阳庞大的游客接待量变为与之相称的经济贡献率，使洛阳古都文化价值最大化、城市形象最优化。洛阳，绝不应是“蜻蜓点水”的观光之地，而应成为令人流连的东方文化名都、休闲度假名城。

记者：郑西高铁的开通，会不会给洛阳旅游带来新的机会？

王振宇：高铁开通，对洛阳旅游来说，既是好消息，也是坏消息。从有利的一面说，国内外游客到洛阳更方便了，速度更快了，给正在转型的洛阳旅游带来新的发展契机；从不利的一面说，高铁的便捷，给洛阳旅游带来了相当大的考验。原因很简单，如果洛阳的旅游产品不够好，旅游配套设施不够完善，游客完全可以当天来、当天回，离开洛阳更便利。而过去，游客即使对洛阳旅游小有不满，也会因为交通条件的制约而被迫滞留洛阳。现代交通的高度发达，好像给观众手里塞了一个“遥控器”——电视节目不好看，人家手指一动就马上换台。

记者：当前，中原经济区建设正在加快推进。所谓“大河涨水小河满”，中原经济区建设应该会给洛阳旅游带来难得的发展机遇。您认为呢？

王振宇：我想反问一句：中原在崛起，洛阳在哪里？中原经济区的诞生体现了国家战略层面对中原崛起的期待，但从城市发展的角度讲，其核心布局是郑汴一体化。洛阳虽然是国家老工业基地和历史文化名城，但是按目前的发展现状，也只能被定位成河南省的“副中心”。如果不抓住机遇，迅速崛起，或者叫复兴，在中原经济区的城市发展格局中就可能存在被边缘化的风险。当然，在中原崛起的战略格局中，郑州作为中原政治和经济中心毋庸置疑，不过，作为中原文化乃至中华文明的主要发祥地，洛阳应该主动承担起中原文化中心的战略角色，打自己的特色牌也就是文化牌、旅游牌，与郑汴一体化形成竞合关系，在战略层面上掌握主动权和话语权。而在这一过程中，打造“国际文化旅游名城”无疑是一个重要的载体和平台。

记者：您谈了洛阳旅游存在的这么多问题，让我感觉心里沉甸甸的。

王振宇：对存在的诸多问题，应该警惕，但没有必要悲观。洛阳市委、市政府之所以提出打造“国际文化旅游名城”，其实就是摸准了洛阳的“脉”，然后对症下药的“药”。王志纲工作室认为，作为东方文化的王者之冠和集大成者，洛阳具有无可复制的资源优势。在向“国际文化旅游名城”进军的征途上，我们要让洛阳既古色古香，又现代时尚，最终成为古今辉映、人文荟萃的华夏文明圣城，成为中国奉献给世界的一道文化盛宴。而这，不仅是洛阳旅游的发展方向，更是洛阳这座城市未来的个性和价值所系。



丽景门夜景

邀您谈一谈

洛阳“国际文化旅游名城”战略策划独家访谈之一《洛阳，我是谁？》见报后，很多读者致电本报，希望提出自己的看法和建议。为了给广大市民提供一个献计献策、见仁见智的互动沟通平台，同时也为了给王志纲工作室在制订洛阳“国际文化旅游名城”战略策划的过程中提供更多参考意见，经与王志纲工作室商议，我们在洛阳网《洛阳社区·聚焦河洛》(<http://bbs.lyd.com.cn>)中开辟专栏，欢迎读者发表见解。

下期预告

洛阳旅游面临“四大瓶颈”，怎样才能实现战略突破？在全球休闲经济浪潮中，在中国古都旅游热潮方兴未艾的今天，洛阳需要怎样“出牌”，才能在激烈的同质化竞争中实现差异化，脱颖而出，一骑绝尘？明日本报将刊登洛阳“国际文化旅游名城”战略策划独家访谈之三——《中国洛阳，一个国色天香的地方》，为您解答这些问题，敬请读者持续关注。



洛陽社區 洛陽人的網上家園



BBS .LYD.COM.CN

广纳言论、开放包容的大型网络互动交流平台

注册人数超过**30万** 日均页面点击量超过**6万**